





*A Kunsági borvidék  
marketing stratégiája,*


*avagy*

*a*

*PartyBor Társaság  
célkitűzései*



**A Te világod  
a Te borod!**



[www.partybor.hu](http://www.partybor.hu)

A Nemzeti Bormarketing Program támogatásával

*A PartyBor Társaság  
bemutatja*

*PartyBor*

*A Te világod, a Te borod*

*Egy fiataloknak szóló  
bormárka a Kunsági  
borvidékről*



# A Kunsági borvidék lehetőségei

---

- ❑ A minőségi borok piaci részesedésének javítása  
(Languedoci példa: szerkezetátalakítás, fejlesztés, közösségi marketing)
  - ❑ A borvidék elismertégének (image) növelése
  - ❑ A borvidék ismertségének növelése
- ❑ Közösségi bormárka kialakítása = PartyBor kategória lefoglalása



# Mi is az a PartyBor

- ❑ **Piaci szegmens**
- ❑ **Borkategória**, mely magába foglalja mindazon borokat, melyeket a party néven összefoglalt rendezvényen szolgálásnak fel
- ❑ **Fiataloknak szóló bormárka**, melynek fogyasztását intenzív reklámkampánnyal tesszük divattá
- ❑ **Üzenet**  
*„ha ezt a bort iszod, fiatal maradsz és boldog leszel!”*
- ❑ **Eszköz a borvidék ismertségének és elismertségének növelésére**



# Piackutatás

---

## 1. 2008-ban

- Kvantitatív  
(Kérdőíves megkérdezés)  
Cél: a célcsoport fogyasztási szokásai
- Kvalitatív  
(Fókuszcsoportos interjú)  
Cél: célcsoport véleménye a PartyBorról és a tervezett arculatról

## 2. 2009-ben (kontroll)

- Kvantitatív  
(Kérdőíves megkérdezés)  
Cél:
  - a. a célcsoport fogyasztási szokásainak változása
  - b. célcsoport véleménye a PartyBorról és az arculatról

# Eredmények $\implies$ SWOT analízis

## Erősségek:

- Új termék
- Brandhoz kötődő megközelítés
- Széles választék
- Versenyképes ár
- Jelentős forrás a közösségi alaptól

## Gyengeségek:

- Nagyfokú elutasítottság a borvidékkel szemben
- Együttműködés hiánya, széthúzás, negatív árverseny, egyéni érdekek prioritása a borászatoknál
- Egységes arculat elutasítottsága

## Lehetőségek:

- Erős márká kiépítése
- Pályázati lehetőségek kiaknázása
- Lejebb választól elérése
- Kóstoltatás, prezentáció
- Célcsoport alternatív elérése

## Veszélyek:

- Szétaprózódás a termékskálán
- Alul pozicionáltság árban, eladóhelyi elhelyezésben, kiszerezésben
- Túlzott termékközpontúság
- Party túlkommunikálása

# A marketing stratégia

---

- ❑ Célpiac meghatározása
- ❑ Pozicionálás
- ❑ Felhasználható marketing-mix elemek



*PartyBor*

*A Te világod, a Te borod !*

# Célcsoport Arculat

---

- 18-39 év közötti,
- közép- vagy felsőfokú végzettségű,
- aktív,
- nagyvárosi/fővárosi,
- férfi vagy nő (egyenlő arányban).



Az ESOMAR státuszbesorolás alapján AB-státuszú. Aktív, szórakozáskedvelő életmód, az újdonságok iránt fogékony, modern technológiát napi szinten használó célközönség.

# Pozícionálás

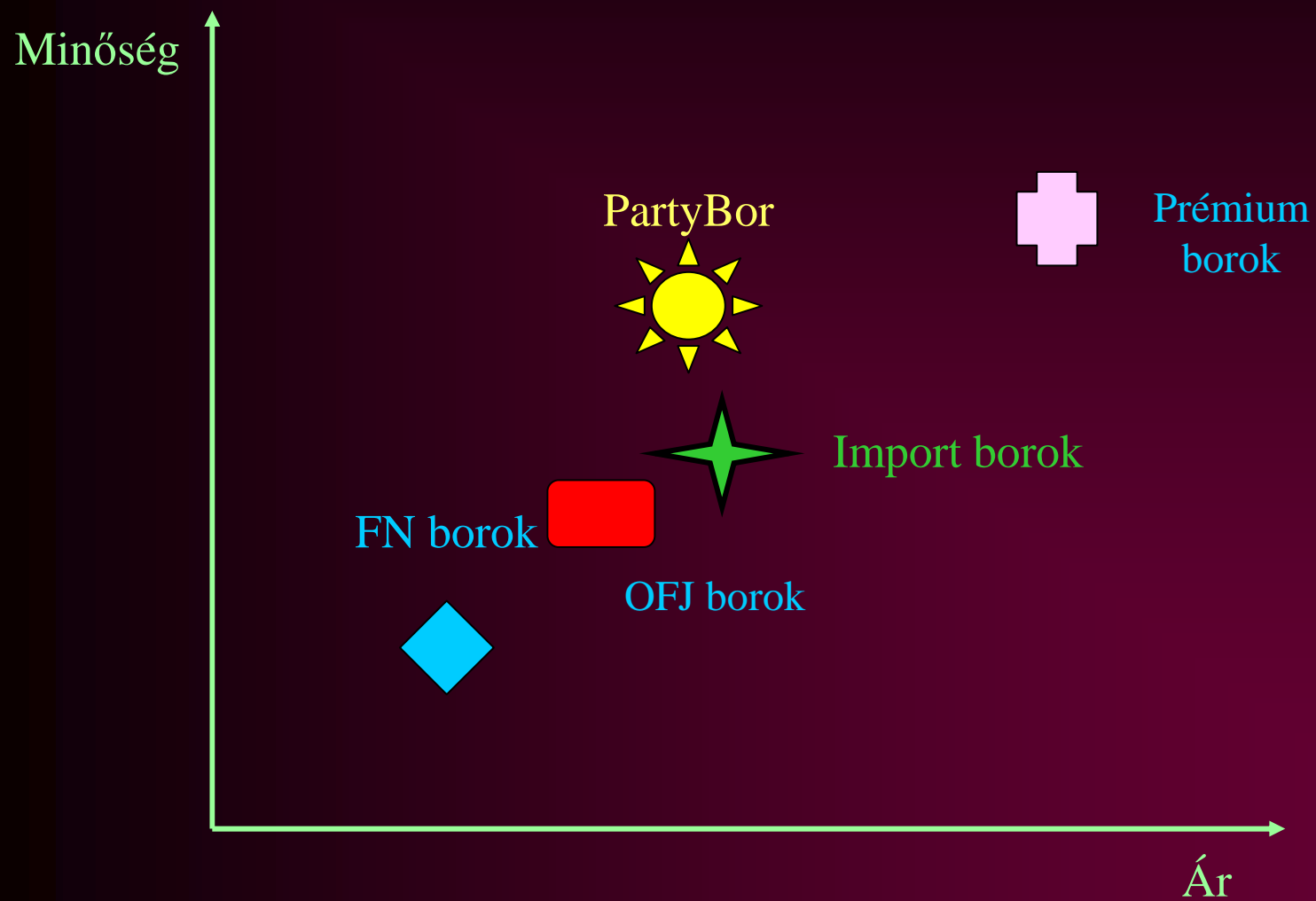
---

Alapkonceptió:

- Egy fiataloknak szóló bormárka
- Fiatalos, lendületes
- Kozmopolita, unisex brand
- Jó ár/értékarány
- Közös arculati elem



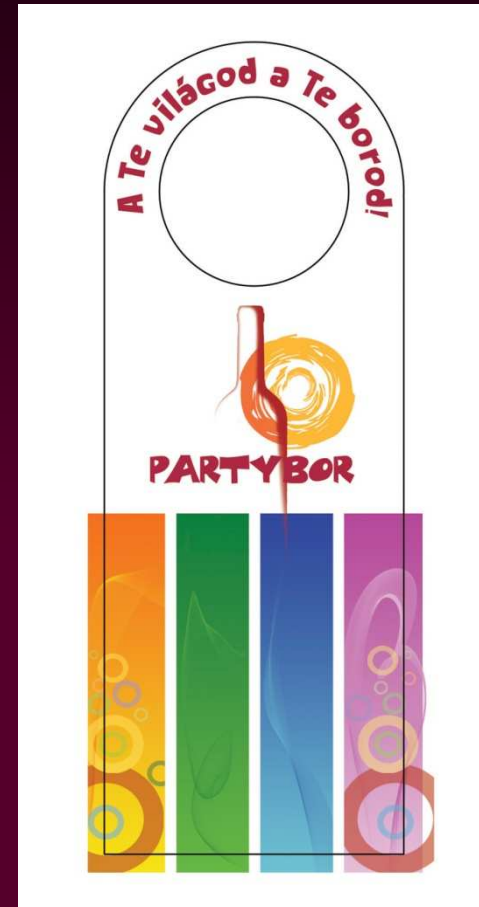
# Ár/minőség mátrix



# Termékpolitika -termékleírás

---

- Külső tulajdonságok:
  - Palack formája
  - Címke
  - Dugó
  - Kapszula
  - **Közös elem a leaflet !!!**
- Belső tartalom:
  - Bor fajtája
  - Típusa
  - Termékleírás



# PartyBor Társaság

---

- ❑ Tagja minden termelő aki PartyBort állít elő
- ❑ Intézőbizottság
  - ❑ Koordinál
  - ❑ Ellenőríz
  - ❑ Pályáz



# Felhasználható marketing-mix elemek

- ❑ B2B (adatbázis és kommunikáció)
- ❑ TV, rádió
- ❑ Mozi
- ❑ Online
- ❑ Nyomtatott sajtó
- ❑ Kóstoltatás
  - ❑ Egyetem
  - ❑ Plaza
  - ❑ Gasztronómiai fesztivál
- ❑ Megállító tábla, molino
- ❑ Citylight
- ❑ Óriásplakát

## A TE VILÁGOD – A TE BOROD!

Elegancia és könnyedség: a PartyBor – Nyíregyházán

Október 15-én rendhagyó bemutató helyszíne volt a Nyíregyházi Főiskola. Az érdeklődők itt ismerhették meg a Kunsági Borvidék Hegyközségi Tanácsa és a termelők által létrehozott új borcsaládot, a PartyBort, mely lendületes, friss, színes termékcsaládjával kívánja elbűvölni a fogyasztókat.

róla, de sokszínű arcát igazából a kóstolásokon érezheti, élvezheti a közönség. Ott is felbukkannak, ahol vásárolnak az emberek: a bevásárlóközpontokban zajló kóstolókat zenével és játékkal teszik egyedivé. A cél egyértelmű: a termelők, for-

A kultúralt borfogyasztási szokásokat népszerűsítő bemutatón olyan termékekkel találkozhattunk, melyek kiválóan alkalmasak baráti összejövetelekre, otthoni zenehallgatáshoz, de gyógyír lehet szerelmi bánatra, vagy koccinthatunk vele, ha előléptettek vagy átmertünk a vizsgán.

gyjoltalom is óvja), melyeket a PartyBor Társaság megvizsgálta és a minőségét garantálja. A társaság itala lehet vidám fehér, gyümölcsös

A PartyBor életérzést fejez

rosé, vagy tartalmas vörös.



A választékből mindenki megtalálhatja a kedvéhez méltót, s az alkalomhoz illőt.

A PartyBor Társaság egyébként összesen több városban is bemutatja, bemutatja a publikum-

galmazók azt szeretnék, ha mindenki, aki megismerte, megkóstolta a PartyBort, komoly borélménnyel gazdagabban térne haza.

A Nyíregyházi Főiskolán, a borok kóstolása mellett, játékos ismeretszerzésre is alkalma volt a jelenlévőknek. A PartyBor Társaság által most bemutatott őszi kínálat:

ki: fiatalos, játékos és divatos. A bor készítői arra törekedtek, hogy könnyen fogyasztható, lágy karakterű bort kínáljanak. Csak azok a borok válhatnak viszont PartyBorrá (a márkát véd-

nek a PartyBort: egyetemen, szakmai előadásokon és ismeretterjesztő fórumokon szólnak

Chardonnay	Bénye	2008
Cserszegi fűszeres	Izsák	2007
Kékfankos rozé	Kunsági	2008
Kékfrankos	Hajós-Bajai	2008
Cabernet sauvignon	Kiskunhalas	2008

# Összegzés

## Imázsépítés a bevezetési szakaszban

- Célcsoport-azonos gondolkodás
- Termék tartalma és megjelenése
- Semleges megítéslésű képzetek erősítése
- B2B bevezetés
- Weblap
- Termékelérhetőség biztosítása

## Masszív, széles médiamix az érettség szakaszában

- Médiatrendek alapján a leghatékonyabb
- TV reklám
- Óriásplakát
- PR
- Interaktív kommunikáció
- monitoring

A photograph of a person wearing a red sweater and a dark jacket, holding a wine glass filled with red wine. The person is standing in front of a stone wall. The image is partially obscured by a dark vertical bar on the left side.

Köszönöm a figyelmet!

[www.partybor.hu](http://www.partybor.hu)